



2012家居新名词：奥特莱斯

奥特莱斯算不上新事物，早在2002年，燕莎集团于北京东四环开出了中国第一家奥特莱斯，十年后，全国范围内的奥特莱斯卖场已经达到400多家，如今，奥特莱斯更是成为了商业地产下一个掘金点，在各地被快速复制。

“奥特莱斯”是英文“Outlets”的中文音译，其原意是“出口、出路”的意思。在零售商业中专指由销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心，因此也被称为“品牌直销购物中心”。以“品牌+折扣+直销中心”为核心内容，“品牌孵化、消化库存、快速周转”为核心本质，不论是购买力强劲的一线城市，还是消费水平相对较低的二线城市，奥特莱斯业态在中国已经被市场接受。

■记者 张丹



尚美家居集成大营销启动大会现场。

手段到模式 奥特莱斯的路径转变

2012年可能是“湖南家居奥特莱斯元年”，崛起的故事已经开始在家居行业上演。7月，尚美家居现身城南，加入鏖战正酣的红星家居建材商圈，以“100%外贸原单”、“工厂直销”为核心竞争力，高擎的正是“外贸名品+超低折扣”的奥特莱斯大旗。目前，尚美家居招商已基本结束，开业工作正在紧锣密鼓地进行之中，商户装修、上货摆场、营销推广等开业的各项准备工作进展顺利，已定于10月1日盛大启航，至此，奥特莱斯完成了从促销手段到运营模式的路径转变。

在门店易主、品牌撤市的大背景下，奥特莱斯的出现，如同一道闪电荡开了家居行业2012年稍显低迷的底色，在可预见的时间内，奥特莱斯可能成为继大型卖场、家居mall、体验中心外，另一种重要的家居零售业态。

中产崛起 奥特莱斯迎来好时机

有业内人士分析，支撑奥特莱斯迅速发展的，是在中国迅速崛起的中产阶

级群体，以及他们对奢侈品的巨大潜在需求。目前，湖南家装的高端化趋势越来越明显，对于家居建材的高品质要求也越来越迫切，家居奥特莱斯模式的出现，正是对这种趋势的响应。

尚美家居总经理李朝明对于这一模式也相当有信心：尽管城南商圈业态密集珠玉在前，但尚美家居的“奥特莱斯”模式与其他卖场具备明显的差异性，以传统家具品牌结合“奥特莱斯”模式，反而能借商圈的超高人气催旺卖场。红星商圈已经形成家居建材消费习惯性区域，有大量的关联业态和互补业态，将为尚美带来大量定位精准的客流，而习惯货比三家的消费者，必定会看到家居奥特莱斯的性价比优势。

虽然存在种种关于未来的担忧，但这种关于品牌渠道创新、让家居业态呈现更多可能性的尝试值得肯定。行业品牌们仍在勾画着“家居奥特莱斯的春天”，以这个中部崛起之城的“消费升级”之名。新模式破局，财富源泉就此开闸，尚美家居能否凭借“奥特莱斯”在滚滚的洪流中取得一瓢饮，答案即将揭晓。

尚美家居携手传世嘉业 试水集成大营销

西宁佳惠家具卖场7000余平方米，三天销售业绩1100余万元；
惠州天志家具广场，卖场面积一万余平方米，三天销售业绩500万元；
宝安西乡松宝大卖场面积一万余平方米，三天销售业绩540万元；
……

这是一个叫做传世嘉业(国际)营销策划机构的公司创造的系列“销售奇迹”。据说通过这样的奇迹累积，仅去年一年，传世嘉业就为家具行业贡献了一两个亿的销售额。

传世嘉业营销策划机构成立于2005年，因为爆破营销近年在全国声名鹊起，策划定点爆破营销活动近300场，目前已与红星美凯龙、居然之家、欧凯龙等多个著名品牌建立战略合作伙伴关系。

近日，传世嘉业登陆长沙，为长沙城南新锐卖场尚美家居的全新亮相背书，二者的合作将在业内掀起怎样的波澜，引发多方猜测。据了解，尚美家居的开业典礼经全面规划和部署，将于10月1日惊艳亮相，而由传世嘉业为其量身打造的集成大营销策略，也将正式接受阅兵。

尚美投资董事长郭存勇表示：如今的商战更需要创意与实战营销，尚美家居引入专业策划公司进行合作，选择传世嘉业策划并执行此次开业大战，首先是因为传世嘉业在业界影响力非常大，无数经典案例堪称传奇。而通过对集成大营销的系统学习，品牌商们对视觉传播、活动营销有了更深刻的认识，希望通过此次合作，务必将尚美家居的品牌知名度一炮打响，给品牌商带来更大收益的同时，也让消费者能享受到集成大营销所带来的真正的低价和实惠。

■记者 张丹

红星 尚美·家居
SUN-MALL FURNISHINGS

10月1日盛大开业

全年比价
十倍补偿

100余家全国知名家居品牌联袂巨献 长沙史上最强 一年就等这一回



长沙市雨花区杉木冲东路198号(红星国际会展中心西侧) 0731-89756888

注：以上图片仅供参考以现场实物为准！

更多精彩内容 更多惊喜特价 请亲临尚美家居 详情请见店内公告 优惠多多 不容错过